

Métricas

para
Emprendedores

GÉNESIS

*Incubadora de Empresas
del Oriente Antioqueño*



El Mercado es Inestable y Variable

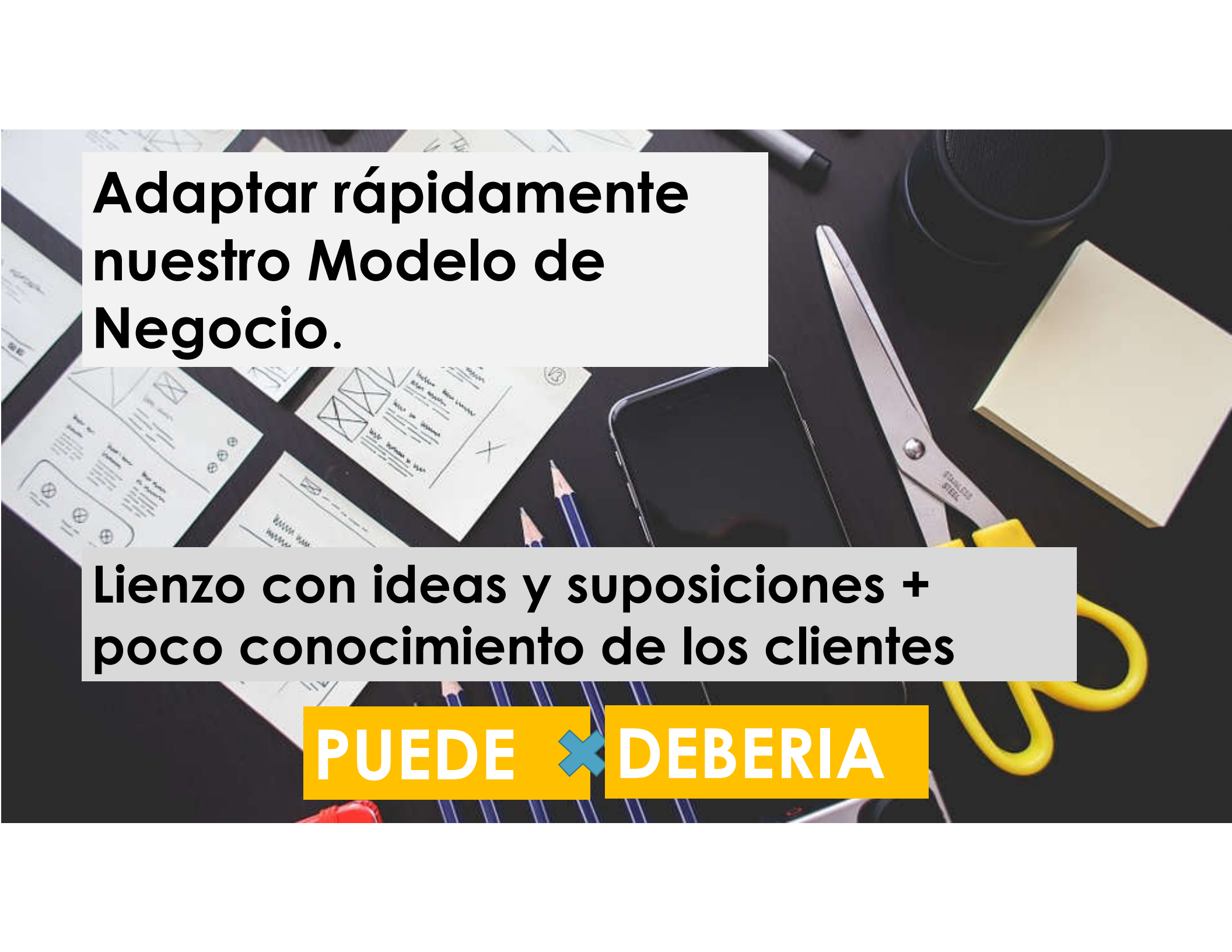


Desarrolla tu
modelo de
negocio en
nuestra
plataforma

GÉNESIS

ToolBox

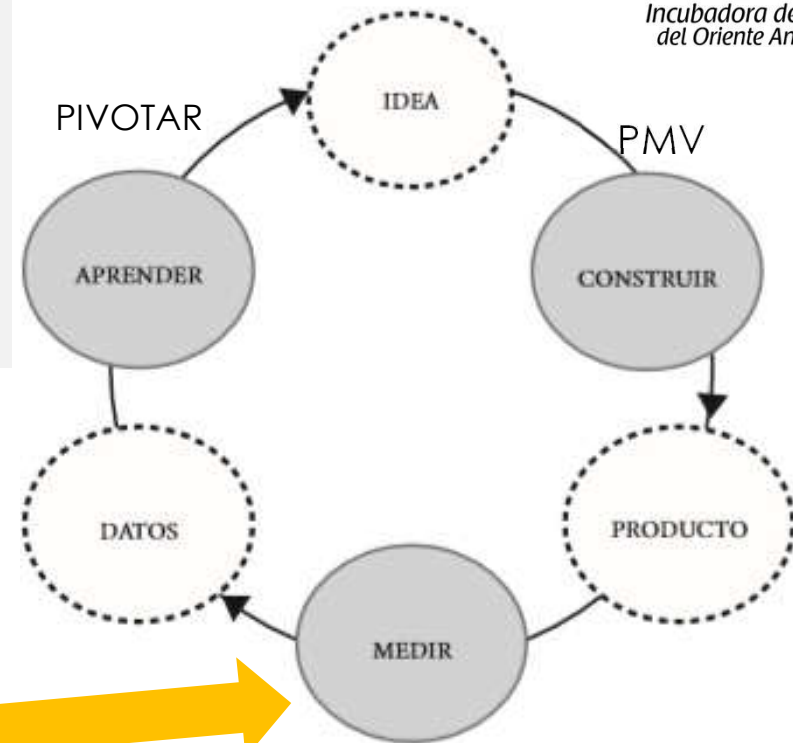




**Adaptar rápidamente
nuestro Modelo de
Negocio.**

**Lienzo con ideas y suposiciones +
poco conocimiento de los clientes**

PUEDE × DEBERIA



.... "Crear el producto que se necesita y por el que se está dispuesto a pagar" ...

No se puede **gestionar** lo que **no se puede medir**

....”Crear el producto que se necesita y por el que se está dispuesto a pagar”...



Idea



To do



Doing

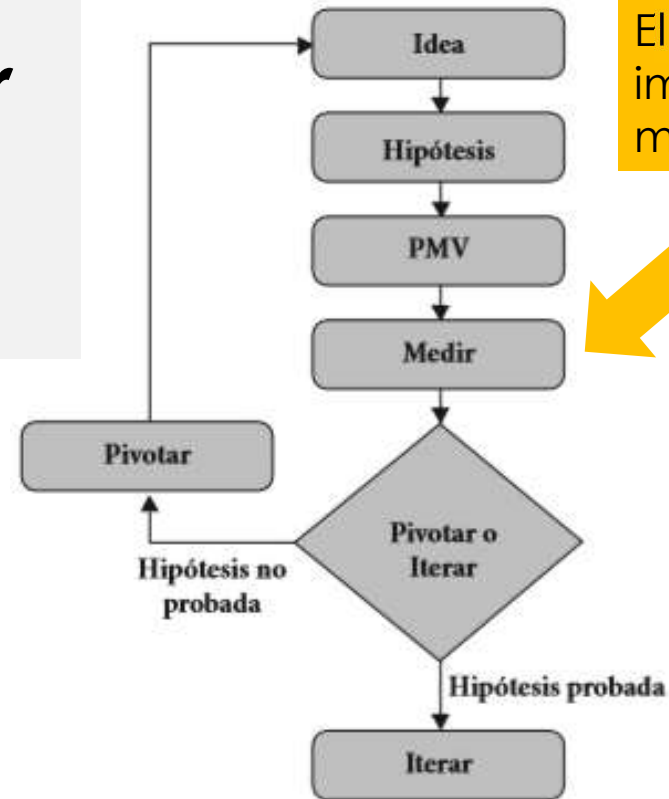


Done

GÉNESIS

Incubadora de Empresas
del Oriente Antioqueño

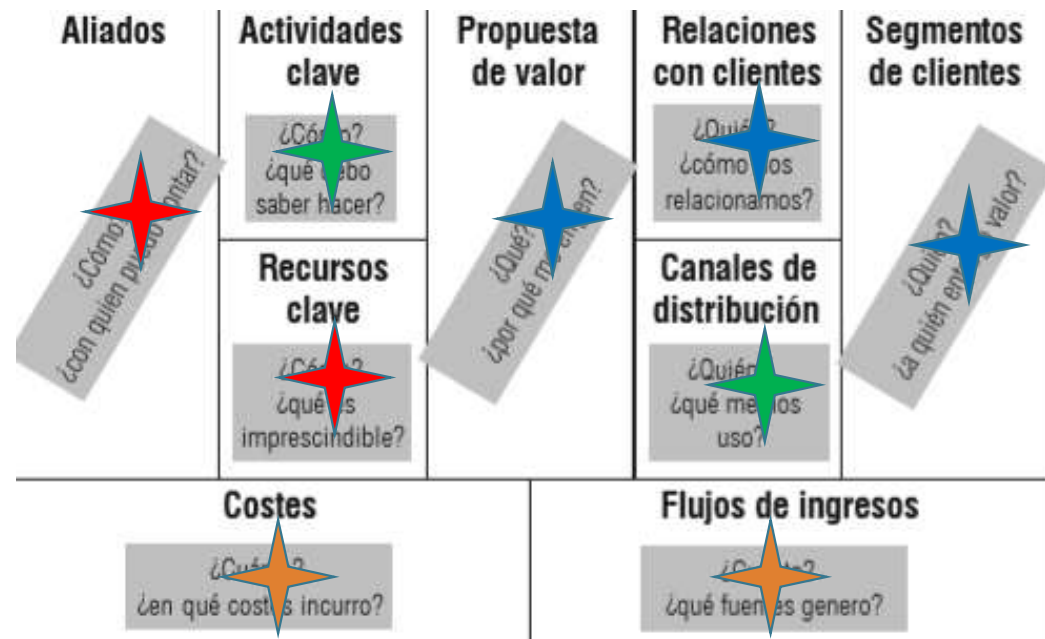
El **aprendizaje** es
imprescindible
medirlo



Contabilidad Tradicional	Contabilidad de la Innovación
<p>Objetivo: Crecer y permanecer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad • Costos • Tasa de repetición de compra 	<p>Objetivo: Aprender a construir un negocio sostenible</p> <ul style="list-style-type: none"> • PMV • OPTIMIZACIONES • PIVOTAR → PRODUCTO

MÉTRICAS PARA UN MODELO DE NEGOCIO

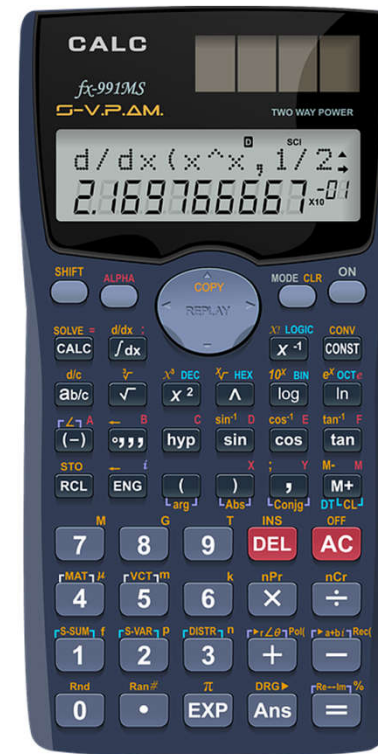
- FINANCIERA
- CLIENTES
- INTERNA
- INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE



Características de la Métrica

- Accionable
- Accesible
- Auditable

El tipo de métrica es clave, y debe ser adecuada al momento de evolución.



UMVI = PRODUCTO+HUECO

Métricas

- Sistema de análisis cuantitativo comúnmente aceptados por las Startups.
- Vinculan el modelo de generación de ingresos con la captación de clientes.

Dave McClure (2010)



EL EMBUDO

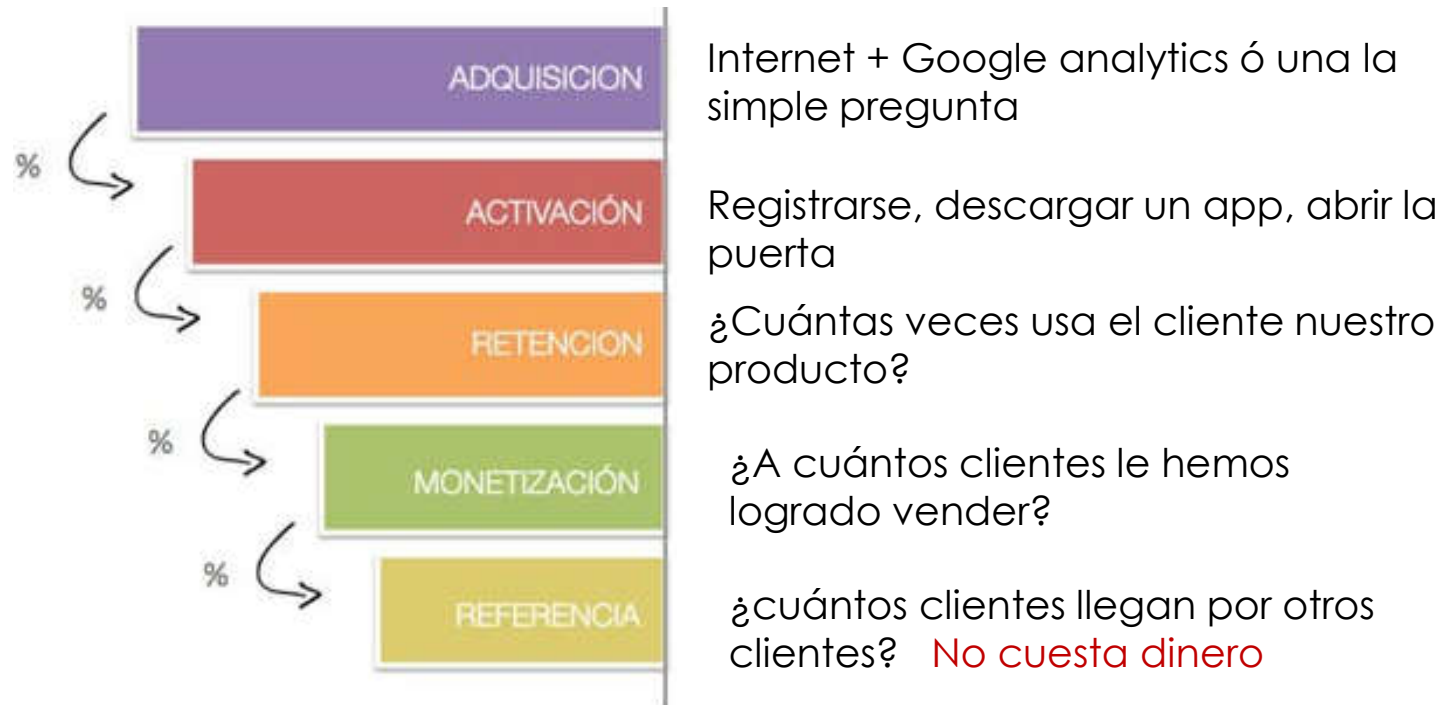
La métrica debe partir del objetivo que queremos que cumplan los usuarios



Diapositiva 10

LASM1 Lucy Albany Suarez Marin; 16/04/2020

La métrica debe partir del objetivo que queremos que cumplan los usuarios



ADQUISICIÓN

Número de clientes por fuente

$$\frac{\text{costos de captación de nuevos clientes}}{\text{clientes obtenidos}}$$

ACTIVACIÓN

$$\frac{\text{Usuarios activados}}{\text{Usuarios adquiridos}}$$

RETENCIÓN

$$\frac{\text{número de clientes convertidos}}{\text{número de clientes adquiridos}}$$

MONETIZACIÓN

$$\frac{\text{número de clientes a los que se les ha vendido}}{\text{número de clientes adquiridos}}$$

REFERENCIA

$$\frac{\text{clientes atraídos por otros clientes}}{\text{clientes nuevos totales}}$$

CBR
 CASH BURN RATE

$$\frac{\text{Costos fijos y estructurales}}{\text{capital}}$$

CHURN

$$\frac{\text{clientes perdidos}}{\text{clientes iniciales}}$$

* Clientes perdidos = (clientes iniciales + clientes nuevos) - clientes finales

Gracias

GÉNESIS

*Incubadora de Empresas
del Oriente Antioqueño*

